

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan *software* IBM SPSS Versi 25. Keseluruhan indikator dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang valid dan reliabel. Selanjutnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan mengukur setiap pengaruh dari variabel independent yaitu *attitude* dan *trust in application* terhadap variabel dependen yaitu *intention to use*. Berdasarkan dari hasil analisis penelitian ini, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use*. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien *attitude* senilai 0,199. Dimana hal tersebut menunjukkan bahwa apabila terjadi kenaikan atas *attitude* maka hal tersebut juga akan meningkatkan *intention to use* senilai 0,199 dengan asumsi variabel lain konstan. Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan apabila konsumen memiliki pandangan dan sikap yang positif atas aplikasi Zoom maka hal tersebut akan meningkatkan niat atau keinginan konsumen dalam menggunakan aplikasi Zoom. Sikap dan pandangan tersebut dapat diperoleh melalui manfaat dan kemudahan yang mereka peroleh atau rasakan saat menggunakan aplikasi Zoom. Contohnya

seperti fitur *share screen* atau *breakoutroom* yang memudahkan pengguna dalam berkomunikasi melalui aplikasi Zoom.

2. *Trust in Application* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use* aplikasi Zoom dengan nilai koefisien sebesar 0,050. Atas dasar tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap terdapat kenaikan *trust in application* maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,050 pada *intention to use* dengan asumsi variabel lain adalah konstan. Maka dari itu pada penelitian ini disimpulkan bahwa kepercayaan seorang pengguna dapat mempengaruhi niat atau keinginan penggunaannya terhadap aplikasi Zoom. Kepercayaan tersebut dapat diperoleh melalui keamanan dan tingkat risiko yang mereka rasakan. Apabila pengguna merasa bahwa aplikasi Zoom memiliki tingkat keamanan yang kuat dan rendahnya tingkat risiko atas penggunaan aplikasi tersebut, maka tingkat kepercayaan pengguna akan meningkat terhadap aplikasi tersebut. Dimana atas peningkatan kepercayaan ini akan meningkatkan niat atau keinginan penggunaan aplikasi Zoom tersebut pada diri pengguna.
3. Diketahui bahwa variabel *attitude* dan *trust in application* secara simultan atau bersama – sama memiliki pengaruh positif terhadap variabel *intention to use* aplikasi Zoom. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semakin konsumen memberikan pandangan atau perilaku yang positif dan merasa percaya bahwa produk atau jasa tersebut dapat membuat konsumen merasa ingin menggunakan produk atau jasa tersebut karena keinginannya. Hal ini dapat berpengaruh positif terhadap pengguna berdasarkan kemudahan

dalam menggunakannya, kegunaan, fitur, atau fungsi dari aplikasi tersebut, sistem keamanan, dan tingkat risiko dari produk atau jasa tersebut. Jika konsumen merasakan hal positif dari itu semua, maka konsumen akan memiliki niat untuk menggunakan aplikasi Zoom karena berpengaruh secara positif.

5.2 Saran Penelitian

5.2.1 Saran untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah dilakukan ini, penulis mempunyai beberapa saran terhadap aplikasi Zoom dalam upaya untuk meningkatkan penggunaan aplikasi Zoom. Berikut ini merupakan saran yang akan diberikan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan niat konsumen dalam menggunakan aplikasi Zoom dapat dilakukan oleh perusahaan dengan meningkatkan fitur – fitur aplikasi Zoom yang memberikan kemudahan untuk pengguna dalam mengoperasikannya. Fitur – fitur tersebut dapat berupa penambahan layar *share screen* yang dapat dilakukan secara bersamaan, yang sebelumnya hanya bisa menampilkan satu layar *screen* dapat menjadi beberapa *screen*.
2. Sebaiknya, aplikasi Zoom lebih memperhatikan strategi *advertising* atau pengiklanan dengan memasang sebuah banner ditempat umum atau iklan mengenai aplikasi Zoom dengan menggunakan Facebook Ads, Instagram Ads, Tiktok Ads, dan lainnya. Hal ini dilakukan karena, aplikasi Zoom jarang sekali melakukan *advertising* mengenai aplikasi Zoom. Sehingga hal

ini bertujuan agar konsumen dapat melihat iklan aplikasi Zoom tersebut dan memiliki ketertarikan atau keinginan untuk menggunakan aplikasi Zoom.

3. Penulis juga menyarankan agar aplikasi Zoom dapat secara aktif mengedukasi konsumen tentang aplikasi Zoom. Hal yang perlu di edukasi yaitu, mengenai aplikasi Zoom yang memiliki keefektifan dalam hal kegiatan sehari – hari yang memiliki kesamaan seperti kegiatan yang dilakukan secara *offline*. Contohnya sebagai sarana pembelajaran, rapat kegiatan kampus atau kerja, dan lainnya. Media yang paling tepat yaitu dengan menggunakan Youtube, karena merupakan sebuah media platform yang paling sering digunakan. Hal ini sangat efektif, terlebih lagi karena situasi pandemi saat ini sehingga Zoom harus menyiapkan konten yang menarik supaya dapat merubah pandangan calon pengguna bahwa aktivitas yang dilakukan secara *online* juga sama efektifnya dengan aktivitas yang dilakukan secara *offline*.

5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Selanjutnya pada penelitian ini, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran yang dapat dilakukan untuk penelitian selanjutnya karena penulis percaya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Berikut ini merupakan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti memiliki saran terhadap penelitian selanjutnya. Dimana, penelitian yang telah dilakukan ini membahas mengenai penggunaan aplikasi Zoom kepada mahasiswa dan mahasiswi yang berdomisili di Tangerang dan Tangerang Selatan sehingga

mahasiswa dan mahasiswi memang sudah diwajibkan dari universitas tersebut untuk menggunakan aplikasi Zoom. Maka dari itu, peneliti memiliki saran untuk penelitian selanjutnya melakukan pembahasan mengenai aplikasi *online meeting* yang digunakan oleh institusi untuk aktivitas yang dilakukan secara *online*.

2. Peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang berbeda seperti tidak menggunakan aplikasi Zoom ataupun tidak berhubungan dengan aplikasi *online learning* seperti penelitian yang dilakukan saat ini, peneliti ingin mengetahui apakah model penelitian dan variabel yang digunakan saat ini dapat berperan di penelitian industri lain seperti *automotive, fashion, food and beverage, retail*, bisnis jasa pelayanan dan perbankan.